

ROYAUME DU MAROC



MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE,  
DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT  
DÉPARTEMENT DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE

***RAPPORT DE SYNTHÈSE DU SEMINAIRE EN  
COMMEMORATION DE LA JOURNÉE  
MONDIALE DES DROITS DES  
CONSOMMATEURS***

*Sur le thème*

***« POUR UN CONSOMMATEUR AVERTI  
ET RESPONSABLE »***

*Le 10 MARS 2000 RABAT - MAROC -*

**Synthèse des travaux :**

**Recommandations**

Le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat a organisé un séminaire sur la protection du consommateur en célébration du 17ème anniversaire de la journée mondiale des droits des consommateurs commémorée le 15 mars de chaque année.

Ce séminaire a connu la participation de toutes les parties concernées par la protection et la défense des consommateurs à savoir : les départements ministériels, les associations de protection des consommateurs, les associations professionnelles, les universitaires ainsi que des représentants de l'Organisation Internationale des Consommateurs, de l'Union Arabe des Consommateurs et du Centre de Droit de la Consommation Belge.

Les thèmes débattus lors de ce séminaire sont les suivants :

- 1- Consumérisme et protection du consommateur ;
- 2- Cadre juridique et réglementaire ;
- 3- Communication, sensibilisation et éducation des consommateurs.

A l'issue de cette journée plusieurs recommandations ont été soumises à réflexion.

#### **I- Consumérisme et protection des consommateurs :**

- 1- Développer une politique de consommation rigoureuse qui s'articule autour des quatre éléments suivants :
  - la législation,
  - l'information,
  - l'éducation,
  - la représentation des consommateurs.
- 2- Mettre en place les mécanismes nécessaires pour des alliances stratégiques entre la Société Civile (Associations des consommateurs, professionnels universitaires... etc.), les opérateurs économiques et les pouvoirs publics pour créer une synergie, coordonner les efforts et mieux gérer les ressources.
- 3- Appuyer et renforcer les capacités des associations de protection des consommateurs et établir des partenariats et des jumelages entre les organisations de consommateurs nationales et étrangères.
- 4- Doter les départements ministériels chargés de la politique de consumérisme de moyens législatifs, financiers, techniques et humains nécessaires et leur assurer la formation adéquate pour assumer leurs fonctions.
- 5- Donner une priorité particulière aux produits alimentaires en mettant l'accent sur le respect de normes d'hygiène et de qualité lors de leur fabrication, stockage, transport, conservation et présentation.

## **II- Cadre juridique et réglementaire :**

1- Constituer un comité interministériel, qui sera chargé de :

la redéfinition et la redistribution des attributions de contrôle dans la perspective ❖  
d'éviter le double emploi,  
l'établissement d'un programme de contrôle permanent de la qualité et des prix ❖  
des produits,  
la définition d'un plan d'actions à entreprendre à moyen et long terme. ❖

2- Harmoniser et mettre à niveau les textes existant, régissant la protection des consommateurs.

3- Mettre en place un cadre juridique de protection de la santé, de la sécurité et des intérêts économiques des consommateurs, notamment contre le surendettement.

4- Moderniser et développer le rôle de la HISBA en matière de contrôle et de règlement des litiges.

5- Asseoir un espace de dialogue impliquant d'un côté les associations consuméristes et les producteurs/fournisseurs de services pour la société civile et de l'autre côté l'administration pour la partie publique.

## **III- Communication, Sensibilisation et Education des Consommateurs :**

1- Lancer des campagnes de sensibilisation, par le biais des médias écrits et audiovisuels, véhiculant une information spécialisée en matière de consommation et tenant compte des spécificités de la société marocaine.

2- Intégrer des cours en matière de consommation dans les programmes scolaires.

3- Développer une culture réelle de droit de consommateurs :

- ❖ Développement de laboratoires de contrôle régionaux.
- ❖ Développement de la recherche scientifique en matière de consommation.
- ❖ Création des coopératives de consommateurs.

4- Promouvoir les produits alimentaires et artisanaux nationaux et encourager l'élaboration de normes de production et la définition de méthodes d'industrialisation de ces produits.

5- Assurer une meilleure information sur les produits génétiquement modifiés.

6- Intégrer la composante protection de consommateur dans la politique générale de développement économique et social.

**Synthèse des travaux :**

**Séance d'ouverture**

Les travaux du séminaire ont été ouverts par Monsieur ALAMI TAZI, Ministre de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat, qui a mis l'accent sur l'importance du développement d'une politique de protection du consommateur pour accompagner les changements que connaît l'environnement économique marocain. Il a ajouté que des projets de textes sont, à cet effet, en cours d'adoption.

Monsieur le Ministre a insisté aussi sur la nécessité de conjuguer les efforts de tous les intervenants : associations de protection des consommateurs, universitaires, pouvoirs publics, producteurs... pour informer, éduquer et former le citoyen marocain afin de lui permettre de devenir un consommateur averti et responsable.

Par la suite, Mademoiselle Nadia CHELAFI, a prononcé le discours de Monsieur Amadou Cheikh. KANOUTE, Directeur P.I du Bureau Régional d'Afrique de l'Organisation Internationale des consommateurs (O.I.C.), qui s'est trouvé dans l'impossibilité d'assister aux travaux de cette journée.

Ce discours a présenté les 8 droits essentiels pour bâtir toute politique de consommation, à savoir :

- ❖ La satisfaction des besoins essentiels.
- ❖ Le choix.
- ❖ L'éducation.
- ❖ La sécurité.
- ❖ La représentativité.
- ❖ L'information.
- ❖ La réparation des dommages.
- ❖ Et le droit à un environnement sain.

Monsieur KANOUTE a, par ailleurs, aussi insisté sur les devoirs des consommateurs. En effet, ces derniers se doivent de :

- ❖ s'informer,
- ❖ se défendre,
- ❖ être socialement responsables,
- ❖ être écologiquement responsables,
- ❖ être solidaires.

Monsieur Habib GUERFEL, Secrétaire Général de l'Union Arabe des Consommateurs, a intervenu, pour sa part, lors de la séance d'ouverture, pour rappeler que la Journée Mondiale du Consommateur a pour thème cette année "Qui choisit notre alimentation ?" faisant référence aux produits génétiquement modifiés. Il a rappelé que ces produits présentés par les grandes firmes mondiales de l'alimentation comme étant la solution miracle aux problèmes de la faim et de la misère dans le tiers monde, ne tiennent pas compte de leur impact sur la santé de l'homme, de l'animal et de leurs effets néfastes sur l'environnement. Les affaires de "la Vache folle" et de la "Dioxine" sont des exemples édifiants à cet effet.

# **Synthèse des travaux : Thème 1**

## **Consumérisme et protection des consommateurs**

### **Animateur :**

Madame Nadia SALAH, Rédacteur en chef du quotidien "l'Economiste"

### **Rapporteur :**

Mademoiselle Kawtar TAZI, Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat

### **Intervenants :**

- Madame Nadine FRASELLE, du Centre de droit de la consommation de Belgique
- Mademoiselle Nadia CHELAFI, de l'Organisation Internationale des Consommateurs
- Monsieur Mohamed El FEKKAK, Président de l'association marocaine des consommateurs
- Monsieur Samir EL JAAFARI, Professeur à l'université Moulay Ismail -Meknès-
- Madame Hassania CHERKAOUI, Professeur de droit à l'Université Hassan II - Casablanca-

Les travaux de cette séance ont été caractérisés par l'intervention de Madame Nadine FRASELLE, du Centre de Droit de la Consommation de Belgique, qui a expliqué les nouveaux enjeux du consumérisme et des nouvelles stratégies de protection des consommateurs face aux changements et aux évolutions rapides des techniques de vente, d'une part, et au retrait de l'Etat de son rôle de gestion du marché (commandements et interdictions) vers un rôle de facilitateur d'ordre public et de contrôle, d'autre part.

Le consommateur qui est supposé libre et capable de choisir, devient manipulé et asservi sous l'influence d'une concomitance de techniques de marketing :

- des flux importants d'informations que le cerveau humain est incapable de gérer,
- des slogans qui jouent sur les valeurs politiques, sociales, éthiques et sensibles,
- des publicités, même si elles ne sont pas mensongères, restent impossibles à vérifier puisqu'elles font ressortir les qualités immatérielles des produits (respect de l'environnement, amélioration de la qualité de la vie, démarcation sociale, ....).

Les besoins du consommateur revêtent, ainsi, un caractère secondaire et sont homogénéisés, le consommateur est déraciné de ses valeurs historiques, sociales et culturelles ; en résumé dépourvu d'identité.

Aussi, les mouvements consuméristes doivent-ils agir selon deux volets d'actions stratégiques :

\* **des actions directes** :

- Responsabiliser les différents acteurs (pouvoirs publics, administrations et industriels) et les inciter à l'autodiscipline.
- Aider les organisations efficaces à développer les considérations économiques sociales, les valeurs éthiques et un commerce équitable, soucieux des petits artisans, des petits producteurs et des petites entreprises familiales.

\* **des actions indirectes** :

- Développer un consumérisme social, de lutte contre la pauvreté.
- Développer le consumérisme traditionnel où il s'agit de développer l'éducation économique de base :
  - L'adapter à l'âge et à la classe sociale de la population cible.
  - Bien choisir les instruments.
  - Comprendre les valeurs du public auquel on s'adresse.

Dans le même ordre d'idées et en prenant l'exemple particulier du Maroc, Mademoiselle Nadia CHELAFA, de l'Organisation Internationale des Consommateurs, a évoqué la problématique de protection des consommateurs dans le contexte de la libéralisation des échanges économiques.

En effet, afin de restructurer et de développer son économie, le Maroc, a depuis les années quatre vingt, adopté une série de mesures, aussi bien au niveau interne (libéralisation, ajustement structurel) qu'au niveau international (OMC, accord d'association avec l'UE).



Or, si la mondialisation apporte des bienfaits considérables (un choix plus étendu et une meilleure qualité des biens et services, à des prix compétitifs), elle ne garantit pas la distribution équitable de ces bienfaits potentiels et peut nuire à la santé, aux intérêts vitaux des citoyens et à leur bien être.

Aussi, est-il impératif pour le Maroc que l'administration et les associations de consommateurs conjuguent leurs efforts pour mettre en place une politique des consommateurs rigoureuse qui s'articule autour des 4 éléments suivants :

- la réglementation ;
- l'information ;
- l'éducation ;
- la représentation des consommateurs.

Une telle politique permettra de former un consommateur averti et responsable qui joue pleinement son rôle dans :

- le maintien de l'équilibre dans les rapports consommateur - producteur ;
- la satisfaction à ses besoins personnels ;
- l'incitation à l'amélioration de la qualité, la présentation et les prix des produits ;
- la contribution à rendre le secteur industriel plus performant, à améliorer sa compétitivité et par la même occasion à stimuler la croissance économique.

Monsieur M'hamed EL FEKKAK , président de l'Association Marocaine des Consommateurs, a traité le cas particulier du droit des consommateurs à la sécurité alimentaire. Lors de cette intervention, Monsieur M'hamed EL FEKKAK a souligné le fait que l'insécurité alimentaire est un danger auquel le consommateur marocain est confronté quotidiennement, vu le nombre élevé de cas d'intoxication alimentaire enregistré chaque année. Il a, aussi, souligné la difficulté voire l'impossibilité de déterminer les responsables de ces intoxications.

Les responsabilités sont partagées, selon Monsieur EL FEKKAK, entre :

- un vendeur inconscient qui n'a reçu aucune formation ou éducation pour le commerce qu'il a choisi d'exercer;
- un consommateur inconscient du danger auquel il s'expose;
- un pouvoir d'achat très faible des consommateurs;
- un équipement insuffisant le long de toute la chaîne de production (Abattoirs, préparations transport, conservation,...);
- des produits pour lesquels il est impossible de déterminer la traçabilité;
- des emballages réutilisés ou présentant des dangers pour la santé des consommateurs en cas de longue conservation.
- une administration impuissante devant le nombre élevé des "vendeurs et fabricants" et devant l'impossibilité de priver une population pauvre de son gagne pain.

Pour toutes ces raisons, Monsieur M'hamed EL FEKKAK propose aux pouvoirs publics une série d'actions ou de solutions à mettre en œuvre.

### **1- à court terme :**

- Lancer une campagne d'information sur les dangers de la saleté, de l'insalubrité et du manque d'hygiène.
- Interdire toute vente sur la voie publique de produits alimentaires préparés sur place ou à domicile;
- Renforcer le contrôle administratif;
- Retirer l'autorisation administrative chaque fois que l'installation ne respecte pas ou plus les normes d'hygiène.

### **2- à long terme :**

- Inviter les opérateurs à fabriquer les produits alimentaires dans des unités industrielles.
- Imposer la traçabilité à tous les produits alimentaires frais ou non frais, emballés ou non emballés.
- Exiger une chaîne de froid à tous les niveaux de fabrication, stockage, transport, conservation et présentation.
- Instituer au niveau de chaque préfecture une commission régionale de sécurité alimentaire et une autre à l'échelle nationale.
- Créer un institut national pour les grandes orientations de la politique alimentaire.

Monsieur SAMIR EL JAAFARI, professeur à l'université Moulay Ismail, a pour sa part, développé une vision pour la protection du consommateur au Maroc partant du principe d'une coopération productive entre la société civile (associations, universités, collectivités locales,...) et les opérateurs économiques et institutionnels, cette coopération doit s'opérer à plusieurs niveaux :

**1- renforcement des capacités des associations** : pallier la marginalisation, le manque d'information, de moyens, d'audace et de pouvoir des associations des consommateurs passe nécessairement par la révision des textes juridiques en vigueur, dans le but de :

- alléger la procédure d'obtention du statut d'utilité publique,
- autoriser les associations à se porter partie civile pour tout ce qui porte atteinte ou préjudice au consommateur,
- autoriser les associations à réaliser des recettes,
- impliquer les associations dans les concertations, études et enquêtes publiques,
- simplifier et harmoniser les textes afférents aux autorisations.

**2- Partenariat entre associations** : l'organisation en réseau des associations permettra une meilleure communication et circulation de l'information aussi bien entre elles qu'avec leurs partenaires, une limitation des effets de dispersion des moyens et des efforts, un poids et une efficacité plus grande à leurs actions de sensibilisation et de formation et un meilleur accès aux sources de financement et aux canaux d'expression et plus de facilité à l'établissement de partenariat et de jumelage avec les associations internationales.

**3- Partenariat associations - universités** : ce type de partenariat permettra de pallier, en grande partie, le manque de moyens humains et matériels et de savoir-faire technique qui handicapent les associations de protection des consommateurs. En plus

les universités peuvent jouer un rôle déterminant aussi bien dans la mise à niveau des associations que dans la formation d'un large public, à travers des programmes régionaux.

**4- Partenariat associations - pouvoirs publics:** les relations entre les associations et l'administration doivent être imprégnées par la confiance mutuelle, la transparence, le dialogue et le travail partenariat. Ceci est nécessaire pour leur permettre de réaliser leurs missions, que cela soit à l'échelle régionale ou nationale.

**5- Partenariat société civile - opérateurs économiques :** plus difficile à réaliser mais indispensable pour fixer les normes, les directives et les règles du marché. De même il est difficile de mettre en cohérence les intérêts de tout un chacun en développant la sécurité, la qualité et la compétitivité des produits nationaux.

Lors de son intervention, Madame Hassania CHERKAOUI, professeur de droit à l'Université Hassan II, a examiné l'efficacité de la protection offerte par les textes juridiques.

Dans la première partie de son intervention, elle a établi une comparaison des droits garantis, par le Droit des Obligations et des Contrats (D.O.C.) et ceux garantis par le projet de loi sur la protection du consommateur élaboré par le MICA, soulignant la particularité de ce dernier par rapport aux pratiques contractuelles qui prennent en considération l'inégalité de fait entre les parties contractantes. En effet, dans tout acte de vente, le D.O.C ne distingue pas entre les différents contractants et privilégie le principe de l'autonomie de la volonté.

De plus, il ne met à la charge du vendeur que l'obligation de livrer une chose conforme à ce qui a été convenu et d'en garantir les vices cachés. Le projet de loi sur la protection du consommateur oblige, lui, l'information du consommateur et interdit les clauses abusives dans les contrats ; ce qui implique une aggravation de la responsabilité du vendeur, puis une obligation légale de la sécurité du produit qui implique directement la responsabilité du producteur.

Dans la deuxième partie de son exposé, Madame Hassania CHERKAOUI a développé les modalités de l'applicabilité de cette loi:

**1- par rapport au comportement du consommateur :** il faut, en premier lieu, informer le consommateur de ses droits et de ses devoirs envers lui-même et envers la société et en second lieu, mettre en place un système judiciaire de recours simple et efficace.

**2- par rapport à l'intervention des associations :** mettre à la disposition des associations les moyens financiers et matériels pour mener les enquêtes et les études nécessaires sur les produits mis à la consommation, jouer leur rôle d'information des consommateurs et prendre en charge la défense des droits des consommateurs.

**3- par rapport à l'intervention de l'Etat :** à côté de l'intervention de l'autorité judiciaire qui fait valoir la loi, l'autorité administrative joue un rôle déterminant dans la mesure ou elle doit assurer non seulement le contrôle de la qualité et de la conformité des produits et services mais aussi le contrôle de l'application de la loi et la lutte contre sa violation.

# **Synthèse des travaux : Thème 2**

## **Cadre juridique et réglementaire**

***Animateur :***

Monsieur SAMIR EL JAAFARI, Professeur à l'Université Moulay ISMAIL –Meknès-

***Rapporteur :***

Monsieur Abdelmoula EL ALAMI, Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat

***Intervenants :***

M. Lahcen LOUCHAHI, Ministère de l'Intérieur –  
MM. BELKASMI , AGHANIM et BASRI, Ministère de l'Economie et des Finances –  
M. Mohammed BAINA, Ministère des Affaires Générales du Gouvernement –  
Mme Mounia BOUCETTA, Ministère de l'Industrie, du Commerce et de –  
l'Artisanat  
M. Abdellatif DAHMANI, Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et –  
des Pêches Maritimes

Les interventions se sont articulées, lors de cette séance, autour de la nécessité de coordonner les efforts en matière de contrôle et de mettre à jour les textes juridiques réglementant les transactions entre consommateurs et fournisseurs de biens et de services.

### **Rôle du Ministère de l'Intérieur dans la protection des consommateurs**

S'agissant du rôle du Ministère de l'Intérieur, en matière de protection des consommateurs, La Direction de la Coordination des Affaires Economiques, par le biais de son représentant, a présenté les actions menées par son département pour protéger le consommateur, à savoir :

- le suivi de l'état d'approvisionnement du marché national et des circuits de - 1  
distribution et l'information, du département concerné, des problèmes  
d'approvisionnement et de distribution qui peuvent surgir dans le Royaume ;
- la protection du pouvoir d'achat du consommateur par la fixation des prix (liste B - 2  
et C); et le contrôle des prix dans les provinces et préfectures par les contrôleurs  
des prix et les Mouhtassibs ;
- la protection de la sécurité et de la santé du consommateur par les contrôles - 3  
qu'effectuent les mouhtassibs, les bureaux d'hygiène et les services vétérinaires;
- le règlement des litiges à l'amiable par le mouhtassib. Cette procédure a permis - 4  
de résoudre, de 1982 à 1999, plus de 119.000 litiges.

Au terme de son intervention, le représentant du Ministère de l'Intérieur a évoqué la multiplicité des lois et des intervenants en matière de protection des consommateurs et a invité les départements concernés à réfléchir sur la possibilité d'unifier les textes et les procédures de contrôle pour garantir une meilleure protection des consommateurs.

### **Cadre législatif et réglementaire de l'activité du crédit à la consommation et mesures préventives en matière de surendettement**

Pour ce qui est du cadre législatif et réglementaire de l'activité du crédit à la consommation, les représentants du Ministère de l'Economie et des Finances ont précisé que les dispositions de la loi bancaire de 1993 ont considéré les sociétés de financement comme des banques ; ce qui les obligent, à obtenir l'agrément des autorités monétaires avant l'exercice de l'activité du crédit à la consommation et à être contrôlées par ces autorités.

Le taux de recourt aux crédits à la consommation est en constante croissance. Il a évolué de 143% entre 1995 et 1998. L'encours, quant à lui, a augmenté de 170%. Cette tendance vers la hausse développée par les facilités d'octroi des crédits pour les fonctionnaires induit une hausse parallèle des risques de surendettement.

Devant cette situation les services du Ministère de l'Economie et des Finances ont été amenés à prendre des mesures, en concertation avec l'Association Professionnelle des Sociétés de Financement (APSF), qui se résument dans les points suivants :

- l'institution de nouvelles relations avec les sociétés de crédit à la consommation, à -  
travers une convention-type précisant les obligations des revendeurs à l'égard du  
client ;
- l'obligation, pour les sociétés de crédit, de résilier la convention qui les lie avec un -  
revendeur en cas de non respect de ses obligations ou de démarchage dans les  
lieux publics ;

- l'obligation pour les sociétés de crédit à la consommation d'informer le client sur –  
toutes les conditions du prêt : montant, taux d'intérêt, échéancier.... ;
- l'octroi au client d'un délai, de 8 jours, pour pouvoir refuser un crédit si son –  
remboursement n'est pas adéquat avec ses capacités de remboursement ;
- l'assainissement du secteur des revendeurs ; –
- l'élaboration d'un nouveau cadre juridique relatif à la saisie-arrêt et à la cession –  
des traitements, appointements, soldes et salaires des fonctionnaires et agents de  
l'Etat, des municipalités, des Offices et Etablissements Publics ;
- la définition d'un salaire minimum à préserver aux fonctionnaires souhaitant obtenir –  
un crédit ;
- la rédaction d'un modèle de convention devant régir, désormais, les relations entre –  
la Direction de la Rémunération et des Paiement des Pensions et l'APSF ;
- l'amélioration de l'accueil des fonctionnaires et du traitement de leurs –  
réclamations ;
- le lancement d'une large opération d'assainissement, des réseaux de distribution, –  
par les membres de l'A.P.S.F.

Par ailleurs, il a été souligné que l'adoption de la loi sur la protection du consommateur renforcera cette protection par :

- l'offre préalable ;
- le seuil d'endettement ;
- les mécanismes de traitement des situations de surendettement.

### **La concurrence et le consommateur : les règles de protection et d'information du consommateur**

Le représentant du Ministère des Affaires Générales du Gouvernement a articulé son intervention sur les mesures et les règles, contenues dans le projet de loi sur la liberté des prix et de la concurrence, qui visent la protection des consommateurs.

Au début, il a précisé les raisons de l'élaboration de ce projet qui vient répondre à des impératifs imposés par :

- la libéralisation des prix des produits soumis dès lors au libre jeu de l'offre et de la –  
demande,
- l'adhésion du Maroc aux accords de l'O.M.C, –
- l'engagement du Maroc, vis à vis de l'Union Européenne, à harmoniser son –  
dispositif législatif avec le standard européen.

De même, la finalité économique du projet de loi sur la liberté des prix et de la concurrence, selon l'intervenant, réside dans l'organisation du marché par l'instauration d'une politique de concurrence qui favorise l'adaptabilité et l'efficacité de l'économie nationale, face à la mondialisation, par la liberté d'accès au marché, l'interdiction des pratiques anticoncurrentielles, l'interdiction des pratiques commerciales abusives et discriminatoires et l'information et la protection des consommateurs.

Dans ce cadre, ledit projet renforce la protection et l'information des consommateurs par des dispositions qui visent à les prémunir contre certains comportements abusifs tels que :

- l'absence d'information sur les prix et les conditions de vente ; –
- le refus de remise de facture ; –
- le refus de vente ou la subordination de vente ; –
- les ventes avec primes. –

Par ailleurs, le projet confirme le rôle de l'Etat, en matière de protection de consommateurs, par son intervention dans les situations de monopole par la possibilité de réglementer les prix et de prendre des mesures conservatoires contre les situations anormales du marché.

Pour ce qui est du rôle des associations de protection des consommateurs, il a été signalé que le projet, dans les articles 32 et 99, stipule respectivement que ces dernières peuvent saisir le Premier Ministre et le Conseil de la Concurrence pour des pratiques prohibées et le droit de se constituer partie civile ou obtenir réparation, sur la base d'une action civile, du préjudice subi par le consommateur.

### **Projet de loi sur la protection du consommateur**

Le représentant du Département du commerce et de l'industrie a présenté le projet de loi sur la protection du consommateur, préparé par ce Département en concertation avec les associations de protection des consommateurs, les départements ministériels concernés et les professionnels. Ce projet, qui vient compléter le dispositif législatif national, vise à :

- développer l'information objective des consommateurs ; –
- défendre les intérêts économiques des consommateurs ; –
- protéger la santé et la sécurité des consommateurs des risques éventuels de –  
l'utilisation de certains produits dangereux ;
- indemniser ou réparer les dommages ou préjudices touchant les consommateurs ; –
- représenter et défendre les intérêts des consommateurs à travers les associations des consommateurs légalement constituées.

S'agissant des dispositions contenues dans ledit projet, elles concernent principalement :

- 1/-** La nécessité, pour les vendeurs ou les prestataires des services, d'informer le consommateur sur les caractéristiques des biens, des produits ou des services.
- 2/-** La réglementation ou le cas échéant l'interdiction de l'importation, la production ou la vente de tout produit ou service de nature à porter atteinte à la santé ou à la sécurité des consommateurs.
- 3/-** L'introduction du principe de nullité de la clause abusive dans tout contrat d'adhésion.
- 4/-** La réglementation de certaines pratiques commerciales : il s'agit des pratiques commerciales réglementées (la publicité, les méthodes de ventes à distance, le démarchage, la vente directe ... ), et aussi des pratiques commerciales illicites ( vente sans commande préalable, abus de faiblesse...).

- 5/- La réglementation des conditions d'application de la garantie et du service après vente.
- 6/- La réglementation du crédit à la consommation et immobilier et la mise en place des mécanismes de prévention des situations de surendettement des consommateurs.
- 7/- La fixation des conditions dans lesquelles les associations de protection des consommateurs peuvent ester en justice au nom des consommateurs ;
- 8/- La création d'un conseil national de la consommation qui aura pour mission de traiter toutes les questions concernant l'information et la protection du consommateur.
- 9/- La précision de la procédure de constatation des infractions et les sanctions prévues dans ce sens.

**Contrôle de la qualité des denrées alimentaires : moyens d'information (Etiquetage - Publicité)**

Concernant le contrôle de la qualité des denrées alimentaires, le représentant du Ministère de l'Agriculture, du Développement Rural et des Pêches Maritimes a signalé dans son exposé que plusieurs structures interviennent dans le contrôle des denrées alimentaires dans l'objectif d'assurer la sécurité du consommateur, la qualité des produits alimentaires et la loyauté des transactions commerciales.

De même, il a abordé les moyens d'intervention utilisés à savoir :

- les outils juridiques (6 lois, 16 Dahirs, plus de 150 textes d'application et 22 –  
circulaires techniques) ;
- les ressources humaines (400 personnes) ; –
- les outils analytiques (13 laboratoires). –

Ainsi, le contrôle concerne les stades de production, de distribution et d'importation. Cependant malgré les efforts déployés, 11% des produits échappent au contrôle en raison de l'étendu de la mission qui incombe à ce département. Cette situation invoque la nécessité de :

- créer une synergie, au niveau du contrôle, entre les différents départements ❖  
ministériels en vue de la redistribution des attributions ;
- mettre à niveau les techniques et méthodes de contrôle (exemple : dépistage ❖  
rapide) ;
- encourager la mise en place de mesures de prévention (exemple : installation de ❖  
systèmes d'auto-contrôle).

Pour ce qui est de l'approche stratégique envisageable, il a été souligné la mise à niveau des outils d'intervention, la création d'une structure adaptée qui permet d'éviter les doubles emplois, ainsi que la nécessité de créer un Conseil Scientifique de la Sécurité Alimentaire et l'implication des trois partenaires dans toute la démarche qualité à savoir l'Administration, la profession et le consommateur.



# **Synthèse des travaux : Thème 3**

## **Communication, sensibilisation et éducation des consommateurs**

***Animateur:***

Monsieur THAMI EL GHORFI, Directeur de l'ESCA

***Rapporteur :***

Madame FATIMA HALLA, Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat

***Intervenants :***

- M. Jawad LAGHMARI, Association Marocaine des consommateurs –
- M. Abdelaziz EL AATIQUI, Association Atlas Saïss –
- M. Mohamed FAID, Association Marocaine pour la Protection et l'Orientation du –  
Consommateur
- M. Mohamed BELMAHI, Président de la Ligue Nationale de Protection du  
Consommateur (représenté par M. Yahia SAIDI)

Dans son intervention sur la société civile et le développement de l'information et de la représentation des consommateurs, Monsieur EL AATIQUI a souligné l'importance du développement de la société civile dans un pays à économie libérale : elle se manifeste essentiellement par la multiplication des associations et des groupements non étatiques qui sont en mesure de défendre les intérêts de leurs adhérents et d'établir des canaux d'intermédiation entre société et Etat.

Au Maroc, dans le domaine de la défense du consommateur, on constate, d'après l'intervenant, un certain retard, dû surtout à l'analphabétisme et la faiblesse du pouvoir d'achat, qui constitue une entrave majeure au développement des pratiques. D'où l'importance du rôle que doit jouer la société civile en matière d'organisation, d'information et d'éducation des consommateurs.

En effet, sans éducation, le consommateur ne peut utiliser l'information fournie, alors qu'il est confronté, dans l'avenir, à un marché sans frontières, marqué par la diversité, la complexité et la technicité des biens et services.

Ainsi, pour développer une véritable politique de protection du consommateur, l'intervenant propose :

- d'introduire au niveau scolaire, des cours en matière de consommation afin de développer un état d'esprit chez le jeune consommateur. ❖
- De mettre en place un système d'information répondant aux besoins du consommateur. ❖

Plusieurs instruments peuvent être développés pour atteindre ce but, en particulier :

- La création de centres d'information. ❖
- La multiplication des campagnes relayées par les médias. ❖
- La diffusion de l'information par la télévision. ❖
- La multiplication des publications des associations et universitaires sur les essais comparatifs des produits offerts à la consommation. ❖

A la fin, l'intervenant a proposé l'amendement des textes réglementant l'existence et le fonctionnement des associations afin d'impliquer, davantage, la société civile dans les actions de développement et de protection du consommateur.

Monsieur Jawad LAGHMARI, de son côté, a mis l'accent sur le déphasage qui existe entre les textes juridiques régissant la protection du consommateur et leur application effective.

Il s'est posé la question sur l'efficacité de cet arsenal juridique dans un ordre économique caractérisé par l'abondance et la diversité des produits, ainsi que les moyens considérables de leur distribution par les grandes sociétés.

Selon l'intervenant, le problème se pose d'une façon plus compliquée dans notre pays, où la moitié de la population vit en dessous du seuil de la pauvreté. Par conséquent, son faible pouvoir d'achat l'oblige à s'approvisionner en produits de qualité moindre et qui ne répondent à aucune norme de qualité ou de sécurité. D'où la fréquence des intoxications alimentaires chez les couches les plus défavorisées.

L'analphabétisme et le manque de conscience, sont aussi des entraves importantes au développement d'une véritable politique de consumérisme.

Par conséquent, les associations ont un rôle important à jouer dans l'encadrement et l'organisation des consommateurs. S'agissant des textes régissant les différents types de contrôle, Mr. LAGHMARI a souligné qu'il faudrait une actualisation et une harmonisation de ces textes régissant la protection des consommateurs et qu'il faudrait aussi veiller à l'application des lois pour qu'elles ne restent pas figées.

De plus, il faudrait développer le niveau de vie du consommateur et le rendre plus conscient afin qu'il puisse exercer tous ses droits et se défendre en tant que consommateur digne.

Dans son exposé, le représentant de l'Association Marocaine pour la Protection et l'Orientation du Consommateur a procédé à une comparaison entre les pays industrialisés, qui ont une stratégie de développement et de modernisation de leurs produits, et les pays non industrialisés qui se contentent d'importer des produits finis, des modes de vie et qui risquent, par conséquent, de perdre non seulement leur identité et leur indépendance économique, mais aussi de subir les changes des produits proposés face auxquels le consommateur ordinaire est démuné de toute possibilité de contrôle. Les produits génétiquement modifiés en sont un exemple.

Les pays industrialisés ont une politique de production qui vise à conquérir de nouveaux marchés et à proposer des produits de substitution aux produits traditionnels et artisanaux, qu'ils arrivent à acheminer même dans les régions les plus éloignées.

Pour faire face à ces situations et sauvegarder notre identité, l'auteur propose de se doter d'une stratégie qui vise à développer nos propres produits artisanaux afin de les développer au stade industriel, en répondant aux normes d'hygiène et de salubrité.

Par ce biais, nous pourrions sauvegarder notre savoir-faire et encourager nos producteurs nationaux, car il n'y a pas de protection de consommateur sans protection du producteur.

Par ailleurs, il a souligné qu'il faut aider les petites sociétés à se développer pour présenter aux consommateurs des produits authentiques tout en étant propres et salubres. D'où la nécessité d'encourager la recherche scientifique, vue qu'elle seule permettra d'établir des normes pour nos produits nationaux et d'avoir ainsi une stratégie alimentaire sécuritaire qui tiendrait compte des spécificités de notre pays, de nos traditions et de nos mœurs.

Il a conclu, en insistant sur l'importance de la conscience humaine : seule cette conscience saurait apporter une véritable protection du consommateur.

Au début de son intervention, Monsieur MOHAMED BELMAHI a rappelé l'importance de la sensibilisation des citoyens aux problèmes de la consommation, dans l'instauration d'une véritable culture de protection de consommateurs.

En effet, le consommateur a besoin d'orientation, de conseils et de prise de conscience : véritable outil de protection avant la constatation de dégâts ou l'utilisation de biens ou services frauduleux, surtout dans un environnement marqué par une concurrence acharnée entre producteurs, distributeurs de produits et prestataires de services.

Ensuite, il a réitéré l'appel au renforcement et à l'actualisation de l'arsenal juridique régissant le secteur de la consommation.

Abordant les principes fondamentaux des actions à entreprendre, il a indiqué que la société civile doit s'organiser pour appuyer l'action étatique pour participer au développement d'une véritable culture de protection de consommateur.

Parmi ces actions, on peut citer :

- L'intégration de cours en matière de consommation dans le programme d'enseignement. ❖
- La création de laboratoires régionaux dans les chefs-lieux des régions économiques. ❖
- La rationalisation du secteur publicitaire en tenant compte des spécificités de la société marocaine. ❖
- La création d'une information et d'une communication spécialisées en matière de consommation. ❖
- La modernisation du rôle de la Hisba et du Mouhtassib. ❖
- L'instauration d'une administration citoyenne. ❖

# ***ANNEXES***

## ***Annexe 1 : Présentation du séminaire***

**Dans le cadre de la promotion et du développement d'une politique de consommation qui prend en considération les intérêts des consommateurs et qui leur donne les moyens d'être des partenaires à part entière, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat a établi une stratégie de protection du consommateur qui s'articule autour des axes suivants :**

- Renforcement du cadre juridique par l'élaboration d'un nouveau ❖  
texte destiné essentiellement à la protection des consommateurs,**
- Développement d'une politique de consumérisme, ❖**
- Appui et renforcement des associations de protection des ❖  
consommateurs,**
- ❖ Mise en place d'un système d'information, de formation et de  
communication au profit des consommateurs.**

**Le programme d'éducation et d'information du consommateur et les actions menées dans ce cadre ne peuvent aboutir aux résultats escomptés sans le renforcement et la coordination des efforts de tous les intervenants. Le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat a organisé, à ce titre, un séminaire national, le **Vendredi 10 Mars 2000**, sur le thème : **“Pour un consommateur averti et responsable”** en commémoration de la journée mondiale des droits des consommateurs.**

**En effet, avoir un consommateur averti et responsable est indispensable dans un marché caractérisé par l'abondance et la diversité des produits et des services offerts. Bien qu'un tel marché présente des avantages, le consommateur peut ne pas être en mesure de jouer pleinement, son rôle d'arbitre et de force sur le marché.**

**L'accès à l'information utile, objective et fiable contribue sans nul doute au développement de la politique de consommation et au renforcement de l'Etat de Droit.**

## ***Annexe 2 : Objectifs du séminaire***

❖ Constituer et offrir un forum de débats constructifs à tous les intervenants : universitaires, associations de protection des consommateurs et administrations concernées pour étudier les questions liées à la protection des consommateurs ;

Procéder à une évaluation et expertise du cadre législatif et réglementaire qui est en vigueur ou en projet pour pallier les lacunes et entraves à sa bonne application ; ❖

Rechercher les moyens et les procédures à même de favoriser la promotion et le développement d'une politique de consumérisme au Maroc ; ❖

Valoriser et dynamiser le rôle des associations de protection des consommateurs ; ❖

Permettre à tous les partenaires en matière de protection des consommateurs de nouer des contacts qui serviront de base à une collaboration poussée entre eux ; ❖

Mettre en place un réseau d'information et de contacts en matière de protection des consommateurs ; ❖

Réfléchir ensemble à la mise en place et la mise en œuvre d'un système d'information intégré en matière de protection des consommateurs au Maroc ; ❖

Renforcer la coordination, la collaboration et l'assistance conseil en matière de protection des consommateurs ; ❖

Bénéficier de l'expérience d'autres pays amis et de la coopération internationale en matière de protection des intérêts des consommateurs ; ❖

Déboucher à travers cette manifestation sur des recommandations et un plan d'actions concrètes dans le cadre du développement et la dynamisation de la protection des intérêts des consommateurs au Maroc ; ❖

Tenir compte des défis de la mondialisation et de la globalisation des échanges et de leurs effets sur la consommation et la défense des intérêts des consommateurs. ❖

## ***Annexe 3 : Programme***

**09H00 : Accueil des participants**

**09H30 : Séance d'ouverture**

Discours De Monsieur le Ministre de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat ☞

Discours de Monsieur Amadou C. KANOUTE Directeur PI du Bureau régional ☞  
d'Afrique de l'Organisation Internationale des Consommateurs

**10H00 : Pause café**

**10H15 : Consumérisme et protection des consommateurs**

Animateur : Mme Nadia SALAH (l'Economiste)

Rapporteur : Mlle Kawtar TAZI (MICA)

"Consumérisme : nouveaux enjeux, nouvelles stratégies de protection des ☞  
consommateurs". Mme Nadine FRASELLE - Centre de Droit de la Consommation –  
Belgique

"Politique des consommateurs dans le contexte de la transition économique". ☞  
Mlle Nadia CHELAFI - Organisation Internationale des Consommateurs -  
Angleterre

"Droit du consommateur à la sécurité alimentaire". Mr Mohamed El FEKAK – ☞  
Association Marocaine des Consommateurs

"Protection des consommateurs au Maroc : La nécessité d'articuler le savoir-faire ☞  
des acteurs de la société civile avec l'action des opérateurs économiques et  
institutionnels". Mr Samir El JAAFARI - Université Moulay ISMAIL – Meknès –

"La protection par les textes est-elle efficace ?". Mme Hassania CHERKAOUI - ☞  
Université HASSAN II – Casablanca

**12H00 : Débat**

**12H30 : Déjeuner**

**14H30 : Cadre juridique et réglementaire**

Animateur : Mr Samir El JAAFARI (U. Moulay ISMAIL)

Rapporteur : Mr Abdelmoula El ALAMI (MICA)



“Contrôle de la qualité des denrées alimentaires : Moyens d’information ☞  
(Etiquetage – Publicité)”. Mr Abdellatif DAHMANI - Ministère de l’Agriculture, du  
Développement Rural et de la Pêche Maritime

“Rôle du Ministère de l’Intérieur dans la protection des consommateurs”. Mr ☞  
Lahcen LOUCHAHI - Ministère de l’Intérieur

“Mesures préventives de protection en matière de surendettement”. MM ☞  
BELKASMI & AGHANIM - Ministère de l’Economie et des Finances

“Cadre législatif et réglementaire de l’activité du crédit à la consommation”. Mr ☞  
Hassan BASRI - Ministère de l’Economie et des Finances

“La concurrence et le consommateur : les règles de protection et d’information du ☞  
consommateur”. MM BAINA Mohammed Rachid & Jamal ECHIGUER - Ministère  
des Affaires Générales du Gouvernement

“Projet de loi sur la protection du consommateur”. Mme Mounia BOUCETTA - ☞  
Ministère de l’Industrie, du Commerce et de L’Artisanat

**16H : Débat**

**16H30 : Communication, sensibilisation et éducation des consommateurs**

Animateur : Mr Thami El Ghorfi (Directeur de l’ESCA)  
Rapporteur : Mme Fatima HALLA (MICA)

“La société civile et le développement de l’information et de la représentation ☞  
des consommateurs”. Mr Abdelaziz EL AATIQUI - Association Atlas-Saïss – Fès

“Le consommateur marocain entre la loi et la réalité”. Mr Jaouad LEGHMARI - ☞  
Association Marocaine des consommateurs

“Produits nationaux de consommation et problème de normes”. Mr Mohamed ☞  
FAID - Association Marocaine pour la Protection et l’Orientation du  
Consommateur – Kénitra

“Pour quelle protection ?” Mr Mohamed BELMAHI - Ligue Nationale de Protection ☞  
du Consommateur – Meknès

**17H30: Débat**

**18H00: Discours de clôture.**

## **Annexe 4 : Liste des participants**

### **Intervenants**

<b>Nom</b>	<b>Organisme</b>
ABDELAZIZ EL AATIQUI	ASSOCIATION ATLAS SAISS -FES
ABDELLATIF DAHMANI	M.A.D.R.P.M
BELKASMI	MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES
EL HOUCINE AGHANIM	MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES
HASSAN BASRI	MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES
HASSANIA CHERKAOUI	UNIVERSITE HASSAN II -CASABLANCA
LAHCEN LOUCHAHI	MINISTERE DE L'INTERIEUR
JAOUAD LEGHMARI	ASSOCIATION MAROCAINE DES CONSOMMATEURS
MOHAMED FAID	ASSOCIATION MAROCAINE POUR LA PROTECTION ET L'ORIENTATION DU CONSOMMATEUR -KENITRA
MOHAMED EL FEKAK	ASSOCIATION MAROCAINE DES CONSOMMATEURS
MOHAMMED RACHID BAINA	MINISTERE DES AFFAIRES GENERALES DU GOUVERNEMENT
MOUNIA BOUCETTA	MINISTERE DE L'INDUSTRIE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT
NADIA SALAH	L'ECONOMISTE
NADINE FRASELLE	CENTRE DE DROIT DE LA CONSOMMATION Belgique
NADIA CHELLAFA	ORGANISATION INTERNATIONALE DES CONSOMMATEURS -ANGLETERRE
SAMIR EL JAAFARI	UNIVERSITE MOULAY ISMAIL -MEKNES
THAMI EL GHORFI	ESCA

### **Ministères**

<b>Nom</b>	<b>Organisme</b>
ABDELLAZIZ MARHABEN	M.A.D.R.P.M
ABDERRAHMANE MABROUK	DCAE/ MINISTERE DE L'INTERIEUR
ABDELHALIM BENMBAREK	DCAE/ MINISTERE DE L'INTERIEUR
BENYAHYA	MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT
DRIS FAIR	MINISTERE DE LA JUSTICE
HASSAN TALEB	MINISTERE DE LA SANTE
HASSAN M. ALAOUI	SECRETERIAT D'ETAT DE L'HABITAT
JAMAL ACHARI	MINISTERE DU TOURISME
KAWTAR CHRAÏBI	DIRECTION DES PECHES MARITIMES
MOHAMED TARGAOUI	MINISTERE DES TRANSPORTS ET DE LA MARINE MARCHANDE
MOHAMED MAJDI	M.A.D.R.P.M
MY LHASSEN MCHICHI	MINISTERE DES AFFAIRES ETRANGERES ET DE LA COOPERATION
NAOUFEL RIACHE	MAGG
NOUREDDINE BENSghir	OFFICE DU DEVELOPPEMENT DE LA COOPERATION
SAAD LHOUSSAINE	M.A.D.R.P.M
SALEHDDINE ABDELATI	ADMINISTRATION DES DOUANES ET IMPOTS INDIRECTS
SAÏD HALLAL	MINISTERE DE LA COMMUNICATION

## **Privé –Associations - Presse**

Nom	Organisme
ABDELALI LAZRAK	MAROC TELECOM
ABDELLAH KENZEDDINE	SOCIETE DES BRASSERIES DU MAROC
ABDELLATIF ROUSTOUM	CARAVANE F.M 2000
ABDEL QADER ALLALI	I.P.C.C
ABDERRAHMAN ES SEBBAR	AMPOC
AHMED KARKORI	AMPOC
ARRADI LAMRHARI	CARAVANE F.M 2001
BAHIA KHAIROUNE	MAROC TELECOM
BOUAZZA KHERRATI	AMPOC
EL MOSTAFA ALAOUI	SERVICE AUTONOME DE PUBLICITE
FATIN ARRABATI	FINANCES NEWS
FOUZIA HAMD AOUI	CCIS -RABAT
HABIB ABOURICHA	JOURNAL DU CONSOMMATEUR
HACHIMI	L.O.A.C
HICHAM BAHRI	A.N.O.C
H. SAÏDI	LIGUE NATIONALE DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR
KHALIL FOUAD	LIGUE NATIONALE DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR
KHALIL IBN YAICH	FCCISM
KHALIL NOUARA	THE COCA-COLA EXPORT CORPORATION
LAILA HASSANI	CCIS CASABLANCA
LAYLA BELKHIR	CCIS- RABAT
LE MOULINET D'HARDEMARE BERNARD	ATTIJARI CETELEM
MOHAMED AFAINO	JOURNAL DU CONSOMMATEUR
MOHAMED AMIROUNE	REDAL
MOHAMED EL YACHIOUI	FACULTE DES SCIENCES -KENITRA
MOSTAFA MELSA	APSF
MUSTAPHA BZINE	AMPOC
MY RADI LOUMGHARI	AMPOC
NABIHA TETOUANI	O.N.E.P
NABIL BERRADA	LYDEC
NAJAT ELBAZ	ASSOCIATION MAROCAINE TELEPHONE MOBILE
RAJAA JBBARI	U.N.A.M
REDA SAYAH	REDAL
SAID BRITEL	ASSOCIATION DES MEDECINS D'HYGIENE
SAID MAKDOUHI	C.G.E.M
SAADIA ROKHO	O.N.E.P
YOUSSEF EL GHAMRI	O.N.E.P
Y. ABOUSSALEH	UNIVERSITE IBN TOFAIL

**Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat**

Nom	Organisme
ABDELHAQ QACHCHACHI	D.P.C.I/ FES
ABDEL ILAH QACHCHACHI	D.C.I/ MICA
ABDELLAH NAJJAR	D.Q.N/ MICA
ABDEL KADER EL HOUSSAYNI	D.C.I/ MICA
ABDELMOULA EL ALAMI	D.C.I/ MICA
ABDERRAHIM KOUSSIH	D.C.I/ MICA
ADIL EL MALIKI	D.C.I/ MICA
ALLAL DOUA	D.P.C.I/ RABAT
AMINA ABOUELAZIZ	D.P.C.E/ MICA
AZIZ BOUAZZAOU	O.M.P.I
BRAHIM ZAYOUDI	D.P.C.I CASABLANCA
FATIMA HALLA	D.C.I/ MICA
HASNAA RAHMOUNI	D.C.I/ MICA
HILAL NEJJAR	D.P.C.I RABAT
KAWTAR TAZI	D.C.I/ MICA
KHALID BENNANI	MICA
LAHCEN BEN OMAR	D.E.C.E/ MICA
LATIFA ECHIHABI	D.E.P/ MICA
LHOUCIN ANISS	R.C.C
MALIKA MOUKDADE	D.C.I/ MICA
MERIEME EL HARRANE	D.C.I/ MICA
MOHAMED AFERANE	D.Q.N/ MICA
MOHAMED DRHOURHI	D.C.I/ MICA
MOHAMED TAMOUH	D.E.P/ MICA
MOUSTAFA GUESSAB	MICA
NAWAL EL BOUTY	D.C.I/ MICA
NAZHA REDA	D.E.P/ MICA
SABRIA TRABELSSI	D.C.I/ MICA
SAID WARDI	D.P.C.I/ SETTAT
THAMI ARIAH	MICA
THAMI HAJJAJI	D.P.C.I/ MEKNES